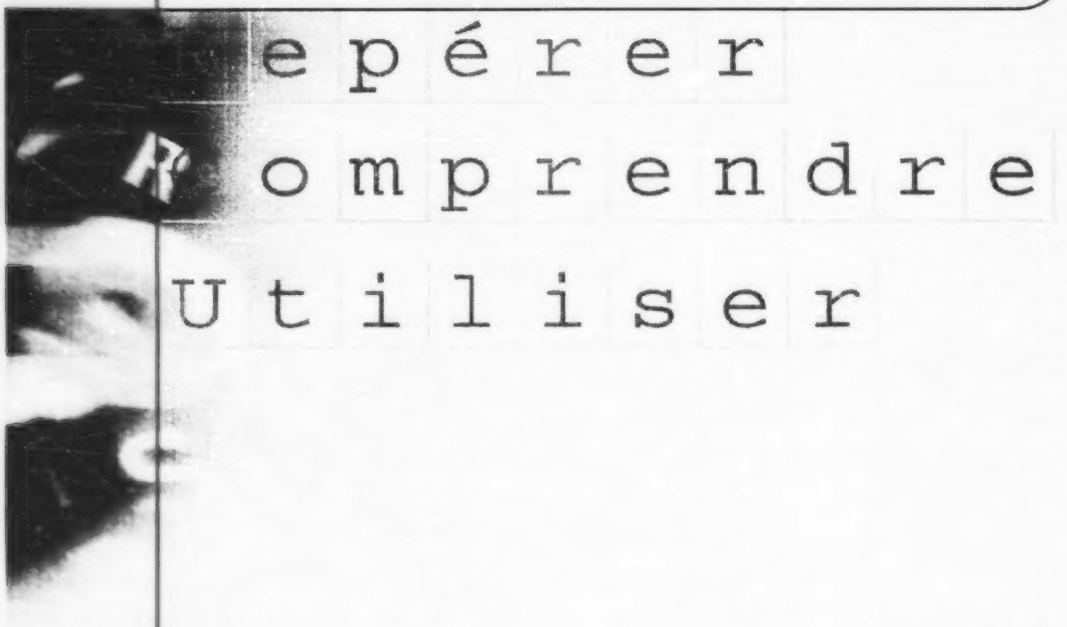
Enjeux et défis de communication

auprès des Canadiens et des Canadiennes peu alphabétisés



Rapport final
Bureau d'information du Canada
Septembre 2000

Bureau d'information du Canada
Canada Information Office

Canada

101-03272/

Dans la présente publication, les termes du genre masculin utilisés pour désigner des personnes englobent à la fois les femmes et les hommes.

Publié par le Bureau d'information du Canada en septembre 2000.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la Direction générale de la recherche et de l'analyse au (613) 992-8545.

Les résultats de cette étude sont aussi disponibles sur le site Web du Bureau d'information du Canada (www.cio-bic.gc.ca).

N^0 de catalogue PF4-3/2000
ISBN 0-662-65220-7

Remerciements

Cette étude sur les communications gouvernementales auprès des Canadiens peu alphabétisés a été initiée et dirigée par le Bureau d'information du Canada dans le cadre de son mandat visant l'amélioration des communications entre le gouvernement du Canada et les citoyens. Dans ce but, le Bureau d'information du Canada informe les Canadiens sur les services gouvernementaux qui leur sont offerts et, à cette fin, travaille en collaboration avec les autres agences et ministères fédéraux. En réalisant divers projets, comme celui-ci, il s'efforce à promouvoir l'amélioration constante des communications, et à appuyer et conseiller les communicateurs du gouvernement en mettant à leur disposition les résultats de recherches axées sur les citoyens.

La réalisation de cette étude n'aurait toutefois pas été possible sans la précieuse collaboration des Canadiens qui ont répondu à l'enquête et participé aux entrevues. Nous tenons à les remercier. Il est également important de souligner la contribution exceptionnelle de plusieurs ministères, agences gouvernementales et maisons de recherche sur l'opinion publique. Nous voulons remercier toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont participé à ce projet, et, plus particulièrement, M^{me} Marla Waltman Daschko, du Secrétariat national à l'alphabétisation et M. Michel Gauthier de Développement des ressources humaines Canada, M. Jean Pignal et M^{me} Lynn Barr-Telford de Statistique Canada, et M^{me} Céline Brisebois, M^{me} Faye Linseman et M^{me} Karen Suchorab de l'Agence des douanes et du revenu du Canada. Un remerciement tout particulier est adressé à M. Martial Ménard qui a contribué aux premiers travaux. Un merci spécial à M. Duncan McKie de la firme Pollara, M. Yves Déziel et M. Kerry Butt, tous deux de la maison COGEM, ainsi qu'à leurs collègues qui ont travaillé à la réalisation des études quantitatives et qualitatives.

Nous aimerions de plus souligner la collaboration de M^{me} Wendy Desbrisay de *Movement for Canadian Literacy*, ainsi que celle de M^{me} Luce Lapierre, de la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français, de même que les membres de leur organisation respective.

Résumé

Depuis sa création en 1996, le Bureau d'information du Canada a initié divers projets de recherche et d'analyse sur l'opinion publique touchant les communications gouvernementales. Dans le cadre de ces projets, de nombreux défis de communication ont été relevés auprès de divers groupes de la population canadienne. Déjà sensibilisé à la situation particulière des Canadiens peu alphabétisés, le Bureau d'information du Canada a entrepris, dès le printemps 1999, une analyse des diverses sources d'information concernant cet important groupe de la société. Au début de l'an 2000, le Bureau d'information du Canada a réalisé différents travaux de recherche sur l'opinion publique auprès de ce groupe. Les principaux résultats sont exposés dans le présent rapport et ont fait l'objet de discussion avec les intervenants du gouvernement du Canada du secteur des communications lors d'une séance tenue en juin 2000.

En bref, les Canadiens peu alphabétisés posent des défis majeurs aux communicateurs gouvernementaux, et ce, tant au niveau des approches de communication grand public que de celui de la promotion de services spécifiques de l'un ou l'autre des ministères ou des agences gouvernementales. Voici les principaux résultats tirés de l'enquête nationale menée en février 2000 auprès des Canadiens peu scolarisés.

- Ils sont peu au courant des services et des mesures prises par le gouvernement du Canada, et ils souhaitent être informés, non seulement sur leurs priorités (santé, emploi et éducation) mais aussi sur ce qui les touche au quotidien (état de santé, hôpitaux, médecins, vieillissement, rentes, etc.). Ils sont relativement pessimistes, face à leur avenir, et critiques par rapport aux gouvernements.

- La télévision est leur principale source d'information, particulièrement en soirée. D'autres préfèrent la radio, surtout le matin. Ils consacrent peu de temps à la lecture des journaux.

- Bien qu'ils interagissent relativement peu avec le gouvernement du Canada, un nombre non négligeable d'entre eux fait appel à des parents ou à des amis pour qu'ils le fassent à leur place.

- Lorsqu'ils décident de communiquer personnellement avec le gouvernement du Canada, ils favorisent le contact direct avec l'un de ses représentants, principalement par téléphone. Peu souhaitent être informés par des systèmes automatisés (guichet ou téléphone) ou via l'Internet.

- En général, ils considèrent que l'information reçue est difficile à comprendre et qu'elle ne répond pas à leurs besoins. Un grand nombre d'entre-eux croient qu'ils ne peuvent pas se fier entièrement à l'information transmise.

CARACTÉRISTIQUES DES CANADIENS PEU SCOLARISÉS Sommaire des résultats
Considérations générales
• Moins optimistes, moins sûrs d'eux, réticents face aux changements. • Critiques par rapport à la performance des gouvernements.
Besoins d'information
• Désirent être informés mais ne savent pas toujours au sujet de quoi. • Mêmes priorités que les autres Canadiens, à savoir la santé, l'éducation et le chômage, mais peu au courant des mesures déjà prises. • Axés davantage sur les situations vécues au quotidien.
Perceptions par rapport aux communications gouvernementales
• Plus de difficultés à comprendre et à reconnaître l'origine des informations. • Ambivalents quant à la correspondance entre les informations reçues et la réponse à leurs besoins. • Incertains quant à la possibilité de pouvoir se fier entièrement à l'information transmise. • Contacts moins fréquents avec le gouvernement du Canada. • Accent important mis sur les relais d'information (parents, amis, professionnels).
Véhicules de communication
• Forts consommateurs de télévision, considérée comme principale source d'information de toute sorte, particulièrement en soirée. • Craintes face aux nouvelles technologies de l'information, dont l'Internet. • Souhaitent être informés par de la publicité gouvernementale, et ce, tant à la télévision que dans les imprimés.

Sur le plan qualitatif, les Canadiens peu alphabétisés ont démontré une grande sensibilité à la manière dont les informations leur sont présentées. Les participants aux entrevues ont été invités à réagir à diverses publicités gouvernementales et à exprimer leurs attentes. Les principaux résultats sont présentés au tableau suivant. Ceux-ci doivent être utilisés avec réserve en raison de leurs limites sur le plan statistique.

À l'examen de ces résultats, il ressort que les gouvernements n'ont pas entièrement réussi à leur transmettre les informations qui répondent à leurs besoins, de manière compréhensible et adéquate. Des efforts supplémentaires devront être déployés afin d'adapter les communications gouvernementales aux besoins particuliers de cet important groupe de citoyens pour qu'ils puissent bénéficier pleinement des services à leur portée.

PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION	
Dans ses communications,le gouvernement accorde trop d'importance aux éléments suivants :	**Dans ses communications, le gouvernement devrait accorder davantage d'importance aux éléments suivants :**
Considérations générales	
• Explications scientifiques, analyses, rapports, études.	• Expérience personnelle de vie, applications concrètes (ce qui est bon ou mauvais)
• Thèmes, mots clés, noms génériques de programmes.	• Informations pertinentes et utiles dans leur vie quotidienne.
Enjeux et défis	
• Généralités, tout en insistant sur ce qui pourrait arriver plus tard.	• Solutions immédiates, en réponse à des problèmes réels; ou des solutions évolutives qui apportent des changements à court terme.
• Accent mis sur les nouvelles initiatives, la solution plutôt que le résultat.	• Établir précisément comment la solution proposée répond à un besoin, une préoccupation ou une aspiration dans la vie courante (résultat).
• Références à des documents écrits.	• Besoin d'instructions précises, étapes à suivre pour accomplir la tâche pour laquelle ils sont sollicités.
Format, présentation	
• Difficile à comprendre : langage complexe, termes techniques, acronymes, jargon administratif.	• Langage clair et simple, des mots connus et partagés par un grand nombre, information espacée, grand format.
• Techniques modernes d'infographie, écriture couleur sur fond blanc.	• Écriture noire sur fond de couleur pâle ou blanc. Une image à laquelle on peut s'identifier vaut mille mots.
• Voix d'un fonctionnaire.	• Faits vécus, témoignages personnels.
• Le maximum d'information dans l'espace disponible (la quantité).	• Information compréhensible (qualité par opposition à quantité).

À cet effet, après avoir examiné ces résultats, les participants à la séance d'information tenue à l'intention des communicateurs fédéraux ont convenu de l'importance de suivre la démarche. Ils se sont entendus pour échanger sur les connaissances acquises, les leçons apprises et les meilleures pratiques. Certains intervenants ont aussi insisté sur l'utilisation d'un langage clair et simple, sur l'importance de mieux comprendre comment les personnes peu alphabétisées abordent, lisent et utilisent l'information, et sur le choix d'un bon agencement médiatique.

Table des matières

Remerciements

Résumé

Table des matières

1. Enjeux de l'alphabétisme au Canada 1

Définition de l'alphabétisme 1
Caractéristiques socio-économiques 2
Description de l'étude 3
Objectifs 3
Enquête nationale 3
Enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales 5
Entrevues 5

2. Contexte général 6

Perspectives 6
Perceptions des gouvernements 6
Priorités et préoccupations 7

3. Besoins d'information 9

Attentes 9
Connaissance des mesures gouvernementales 10
Interaction avec le gouvernement du Canada 11
Préférences pour l'avenir 13
Relais de l'information 13

4. Évaluation des communications gouvernementales 15

Pertinence 15
Adéquation 16
Compréhension 17
Fiabilité 18
Reconnaissance 19

5. Moyens de communication 20

Utilisation 20
Préférences 22
Télévision 25
Quotidiens et hebdomadaires 27
Radio 28

6. Autres observations 30

Langage clair et simple 30
Autres caractéristiques 30
Un exemple : demande de prestation fiscale canadienne pour enfants 31

7. Conclusion 35

Annexe A- Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes 36

Annexe B- Listes des graphiques et des tableaux 42

1 - Enjeux de l'alphabétisme au Canada

Définition de l'alphabétisme

L'alphabétisme désigne les capacités d'une personne à utiliser les imprimés et l'information écrite pour fonctionner dans la société, atteindre ses objectifs, parfaire ses connaissances et accroître son potentiel[1]. Cette définition fait appel non seulement au niveau acquis de scolarité, mais aussi à un mode de comportement nécessitant l'utilisation régulière des capacités de lecture et d'écriture dans l'accomplissement d'une tâche. Dans un tel contexte, les défis que nous devons relever en matière de communications gouvernementales sont grands. Les écrits sont présents partout, qu'il s'agisse de dépliants d'information, de formulaires, de sites Internet, de reportages imprimés sur les activités gouvernementales ou de publicités. Il faut également tenir compte du fait que de nombreux documents visuels sont préparés à partir de textes écrits et que leur compréhension fait souvent appel à la logique de l'écrit.

Les données les plus complètes et les plus récentes en matière d'alphabétisme, publiées par Statistique Canada en septembre 1996, démontrent bien l'ampleur des défis à relever[2].

- **48 % des Canadiens âgés de 16 ans et plus** (soit 10,2 millions de personnes) **ont de la difficulté à comprendre et à utiliser l'information** contenue dans des textes tels des éditoriaux, des reportages ou des directives, par exemple, les directives d'utilisation de médicaments (textes suivis).

- 47 % des Canadiens âgés de 16 ans et plus ont de la difficulté à repérer et à utiliser l'information présentée sous formes diverses, notamment les demandes d'emploi, les horaires de transport, les cartes routières, les tableaux ou les graphiques (textes schématiques).

- 48 % des Canadiens âgés de 16 ans et plus n'ont pas les connaissances et les capacités nécessaires pour appliquer des opérations arithmétiques à partir de documents imprimés, par exemple, pour calculer un pourcentage de pourboire ou le montant d'intérêt sur un prêt à partir d'une annonce publicitaire (textes au contenu quantitatif).

Parmi ces Canadiens qui ont de la difficulté à repérer, à comprendre et à utiliser l'information reçue, il existe aussi des écarts importants suggérant que, même **parmi ce groupe, nos approches en matière de communications devraient être davantage ciblées**, adaptées aux groupes visés en utilisant les outils de communication appropriés.

---

[1] *Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada*, par Statistique Canada, Développement des ressources humaines Canada et le Secrétariat national à l'alphabétisation. (septembre 1996)

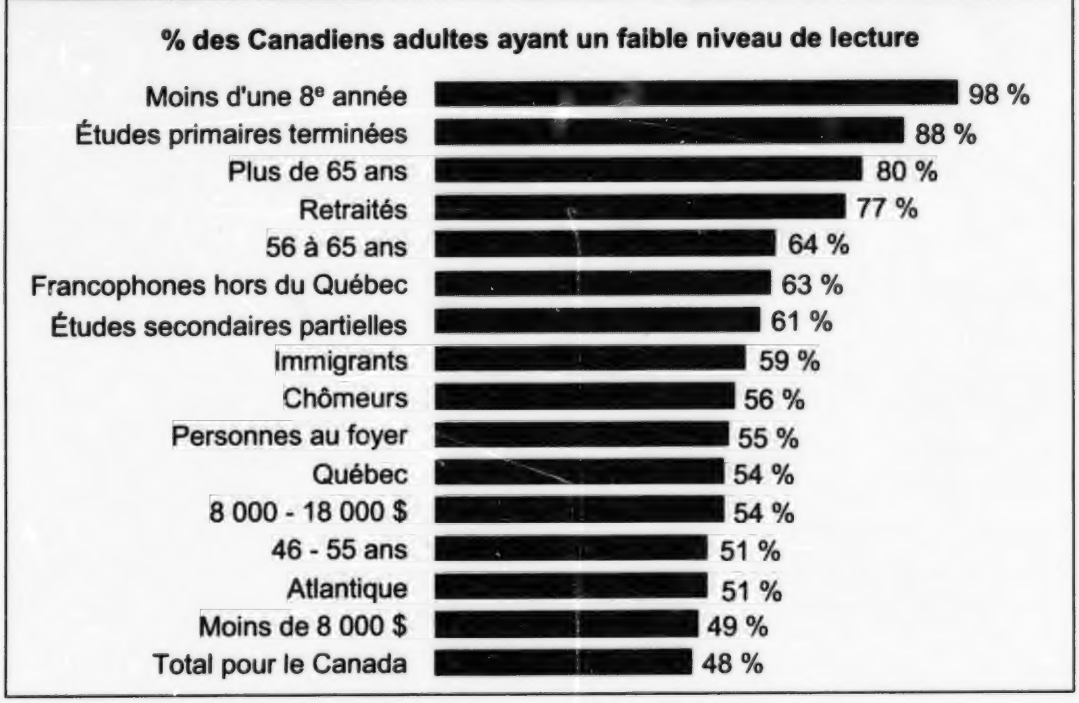
[2] Pour obtenir plus de détails sur les résultats de cette étude voir l'annexe A.

Caractéristiques socio-économiques

Les Canadiens qui ont des difficultés de lecture et d'écriture se retrouvent dans tous les groupes démographiques et socio-économiques sans exception. Ainsi donc, ils sont présents, dans des proportions variables, parmi tous les groupes de clientèles. Contrairement à certaines croyances populaires, il ne s'agit pas seulement de personnes faiblement scolarisées, pauvres ou marginales.

Cela étant dit, **la proportion de personnes peu alphabétisées est surreprésentée** au sein de différents groupes de la société (Graphique 1). C'est le cas, notamment, des **citoyens âgés de 56 ans et plus; des personnes qui ont un niveau de scolarité inférieur à une 9e année; des retraités, des personnes au foyer ou des chômeurs; des personnes à faible revenu et des immigrants**. Les résultats par province indiquent que le pourcentage de ceux qui ont un faible niveau de lecture est plus élevé que la moyenne canadienne au Québec, dans les provinces de l'Atlantique et chez les francophones hors-Québec.

GRAPHIQUE 1 : L'ALPHABÉTISME AU CANADA



Source : *Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada* par Statistique Canada, Développement des ressources humaines Canada et le Secrétariat national à l'alphabétisation. (septembre 1996)

Description de l'étude

Objectifs

Dans le cadre de son mandat visant à améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les citoyens, le Bureau d'information du Canada s'est interrogé sur l'ampleur des défis posés par les enjeux de l'alphabétisme au Canada. L'objet principal de la présente étude est d'améliorer notre connaissance de ce segment important de la population canadienne dans le contexte d'une approche de communication grand public et de services orientés vers des clientèles particulières. Au-delà du contexte général dans lequel s'inscrivent les communications gouvernementales, nous avons interrogé les Canadiens peu alphabétisés sur leurs besoins en matière d'information et la manière dont ils interagissent avec le gouvernement du Canada, leur évaluation des communications gouvernementales, ainsi que leur utilisation et leurs préférences par rapport aux divers moyens de communication. À partir d'études de cas, nous avons finalement dégagé des éléments directeurs en matière de contenu ayant trait aux communications gouvernementales.

Pour y arriver, nous avons fait appel à divers outils d'analyses quantitatives et qualitatives, ainsi qu'à d'autres ouvrages traitant du sujet, notamment :

- une **enquête nationale** auprès de 1 003 Canadiens peu scolarisés, réalisée par la firme Pollara entre le 7 janvier et le 2 février 2000, y compris l'administration d'un pré-test visant le questionnaire auprès de huit groupes de discussion;

- les **enquêtes trimestrielles** sur les communications gouvernementales menées chaque fois auprès de plus de 4 000 Canadiens et réalisées par la firme Ekos pour le Bureau d'information du Canada, entre octobre 1998 et février 2000; et

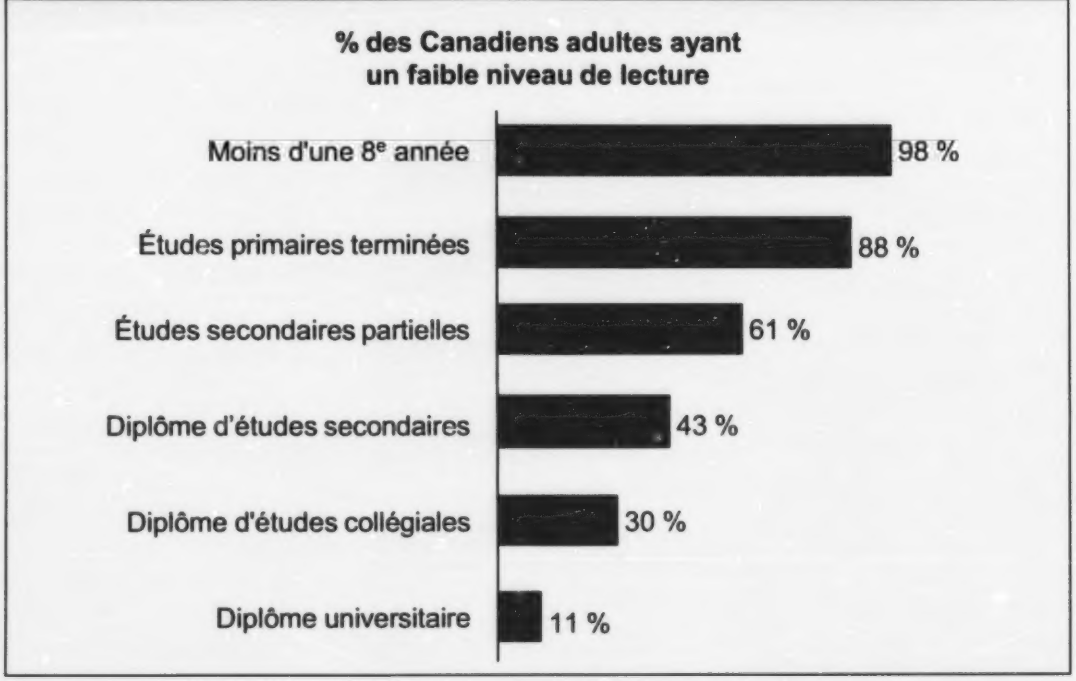
- des **entrevues individuelles** auprès de 46 Canadiens peu alphabétisés, réalisées par la firme COGEM, en mai 2000.

Enquête nationale

Étant donné qu'il est extrêmement difficile d'identifier et de joindre les personnes peu alphabétisées (selon la définition de Statistique Canada) au moyen d'un sondage téléphonique, l'échantillonnage de l'enquête nationale a été limité aux Canadiens peu scolarisés, dont le niveau de scolarité est inférieur à une 9e année.

Néanmoins, comme le démontre le Graphique 2, les recherches effectuées par Statistique Canada avaient montré un rapport étroit entre le niveau de scolarité des Canadiens et leur compréhension des écrits. Par exemple, 98 % de ceux qui n'ont pas terminé un niveau de 8e année, et 88 % de ceux qui n'ont complété que ce niveau, présentent de sérieuses difficultés de lecture.

GRAPHIQUE 2 : ALPHABÉTISME ET NIVEAU DE SCOLARITÉ



Source : *Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada,* par Statistique Canada, Développement des ressources humaines Canada et le Secrétariat national à l'alphabétisation. (septembre 1996)

L'enquête nationale[3] du Bureau d'information du Canada auprès des Canadiens peu scolarisés a été réalisée auprès de 1 003 répondants adultes qui ont un niveau de scolarité inférieur à une 9e année (42 % ne l'ont pas terminé, 58 % l'ont terminé). Parmi les répondants, le nombre d'hommes (49 %) et de femmes (51 %) était presque réparti également. Un répondant sur deux avait 65 ans et plus, près du tiers (31 %) avait entre 50 et 64 ans, et un sur cinq (19 %) était âgé de 49 ans ou moins. Quoique la proportion de personnes âgées, dans le groupe, soit relativement importante, les travaux de Statistique Canada (septembre 1996) ont démontré qu'effectivement 80 % des personnes âgées de plus de 65 ans, et 64 % de celles entre 56 et 65 ans (Graphique1) avaient un faible niveau d'alphabétisme.

[3]La marge d'erreur correspondant à un tel échantillonnage est de +/- 3,1 %, 19 fois sur 20. Le questionnaire, d'une durée d'environ 15 minutes, comprenait une vingtaine de questions qui avaient été pré-testées auprès des populations cibles à partir de groupes de discussion (8 au total : 4 à Montréal et 4 à Halifax).

En ce qui a trait à l'occupation, 23 % des répondants occupaient un emploi, 6 % étaient sans emploi ou à la recherche d'un emploi, et 2 % étaient aux études. Les autres étaient retraités (56 %), reflétant la forte représentation des personnes âgées, au foyer (9 %), handicapés ou malades (3 %). Selon la situation personnelle, plus du tiers des répondants vivaient seuls (34 %) ou avec un enfant (4 %); les autres vivaient en couple avec un ou plusieurs enfants (26 %), sans enfant (27 %) ou en compagnie d'un autre adulte (5 %). Selon le revenu, près des trois quarts des ménages avaient un revenu inférieur à 40 000 $, alors que 6 % avaient un revenu supérieur à 60 000 $.

Enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales

Depuis octobre 1998, le Bureau d'information du Canada réalise trimestriellement des enquêtes sur les communications gouvernementales. Les principaux résultats de ces études sont disponibles sur le site Internet du Bureau d'information du Canada (www.cio-bic.gc.ca).

Sauf indication contraire, les résultats dont fait état le présent document sont tirés de l'enquête de l'hiver 2000, réalisée entre le 1er et le 21 février. Sur l'ensemble des répondants au sondage (plus de 4 000), 160 d'entre eux ont indiqué avoir un niveau de scolarité inférieur à une 9e année[4]. La marge d'erreur pour un tel sous-échantillon est supérieure à 8 %, d'où la nécessité d'utiliser ces résultats avec prudence. En général, nous n'avons pas retenu les résultats qui s'écartaient de manière significative de la moyenne nationale.

Entrevues

Ces entrevues ont permis d'approfondir les résultats tirés de l'analyse quantitative, notamment en ce qui a trait aux habitudes et aux réalités de ce groupe dans son choix et son utilisation de l'information. Les résultats des entrevues, combinés aux résultats d'autres études récentes, ont aussi permis d'évaluer les perceptions des Canadiens peu alphabétisés par rapport à des publicités gouvernementales données, notamment au niveau de l'information (langage, structure de texte, format et couleur).

Ces entrevues ont été menées auprès de citoyens inscrits à un programme d'alphabétisation[5]. À noter que ces personnes se retrouvent rarement dans les groupes les moins alphabétisés et sont peut-être moins isolées que d'autres.

---

[4]Ces résultats peuvent sembler faibles (moins de 5 % de l'échantillon). Selon Statistique Canada, en 1996, le pourcentage de Canadiens ayant un niveau de scolarité inférieur à une 9e année était de près de 12 %. L'expérience montre que ce groupe de la population tend à surévaluer son niveau d'éducation en répondant aux sondages.

[5]À ce propos, nous tenons à remercier les divers organismes qui ont bien voulu accepter de nous recevoir et d'organiser les entrevues pour nous, en collaboration avec COGEM.

2 - Contexte général

Perspectives

Les résultats de nos diverses enquêtes réalisées depuis octobre 1998 sur les communications gouvernementales ont permis de montrer que les Canadiens peu scolarisés sont en général **moins optimistes et présentent des difficultés d'adaptation au changement**. Ainsi, à l'automne 1999, les résultats ont montré que :

- 56 % des répondants moins scolarisés se disaient optimistes comparativement à 77 % pour l'ensemble du pays. Parallèlement, 17 % affirmaient être pessimistes, contre 9 % pour l'ensemble du pays;

- les Canadiens peu scolarisés sont plus nombreux (40 %) à croire qu'ils ont perdu tout contrôle sur leur avenir économique (30 % pour l'ensemble du pays);

- plus des trois quarts des répondants peu scolarisés sont d'avis que le monde autour d'eux change si rapidement qu'ils ont de la difficulté à s[illegible]e (47 % pour l'ensemble du pays).

Ces résultats vont dans le sens de travaux réalisés pour le compte de Revenu Canada (mai 1997)[6], par la maison COGEM, qui suggèrent que les Canadiens ayant un faible niveau d'alphabétisme **évitent souvent toute situation nouvelle ou différente.**

Perceptions des gouvernements

Selon les résultats de l'enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés et des enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales, ces derniers sont **critiques face à la performance des gouvernements.**

- Moins du tiers des Canadiens peu scolarisés interrogés (30 %) évaluent la performance générale du gouvernement du Canada comme bonne.

- Lors de l'enquête trimestrielle de l'hiver 2000 sur les communications gouvernementales, 40 % des Canadiens évaluaient la performance du gouvernement du Canada comme bonne. Cette proportion n'était que de 35 % chez les répondants peu scolarisés. Des tendances similaires ont été obtenues au niveau des gouvernements provinciaux.

- Les Canadiens faiblement scolarisés sont moins nombreux à croire que le gouvernement du Canada est sur la bonne voie (47 % dans l'enquête sur les communications gouvernementales de l'hiver 2000 comparativement à 56 % pour l'ensemble des répondants).

---

[6] *Besoins d'information et stratégies des Canadiens ayant un faible niveau d'alphabétisme*, COGEM pour le compte de Revenu Canada. (mai 1997)

Lors des entrevues menées en mai 2000, les participants ont souligné faire peu de distinction entre les divers niveaux de gouvernements. Ils associent ces derniers davantage aux hommes et aux femmes politiques qu'aux programmes et services gouvernementaux disponibles.

Priorités et préoccupations

Investir dans le système de santé est, de loin, la première des priorités gouvernementales identifiées par les Canadiens peu scolarisés (Tableau 1). Les priorités directement associées à l'amélioration de la qualité de vie (la réduction du chômage, de la pauvreté, des taxes et des impôts) arrivent en second.

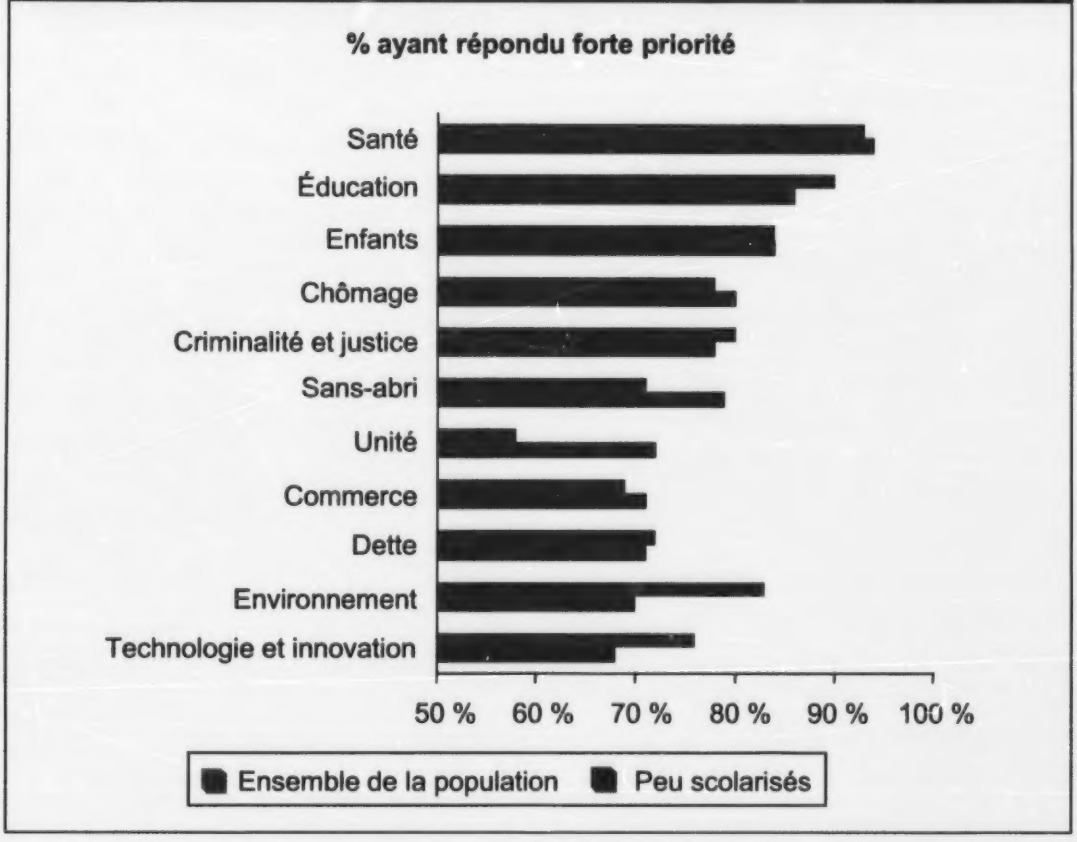
TABLEAU 1 : LES PRIORITÉS GOUVERNEMENTALES

« En pensant aux problèmes auxquels le Canada fait face aujourd'hui, quelle devrait être la priorité du gouvernement du Canada selon vous ? »	**En pourcentage du nombre total de répondants**
Investir dans le système de santé	18 %
Réduire le chômage/créer des emplois	9 %
Réduire la pauvreté	7 %
Réduire les taxes et les impôts	5 %
S'occuper de l'immigration	4 %
Assurer l'unité nationale	3 %
Réduire la dette	3 %
Investir dans l'éducation	3 %
Assurer le bien-être des Canadiens	2 %
Aider les sans-abri	2 %
Autres	19 %
Ne sait pas/refuse de répondre	25 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Bureau d'information du Canada, février 2000.

L'ensemble des Canadiens partagent sensiblement le même ordre de priorités (Graphique 3)[7]. Toutefois, un plus grand nombre de personnes peu scolarisées pensent que le gouvernement du Canada devrait accorder une **forte priorité aux questions de l'unité nationale et aux sans-abri**, ce qui démontre un niveau plus élevé d'incertitude face à leur avenir personnel et à celui du pays. Au contraire, ils sont moins nombreux à croire que le gouvernement du Canada devrait accorder une grande priorité à l'environnement, et à la technologie et l'innovation; des dossiers qui semblent moins les préoccuper.

GRAPHIQUE 3 : ÉCHELLE DES PRIORITÉS (questions fermées)



Source : *Enquête trimestrielle sur les communications gouvernementales*
Bureau d'information du Canada, hiver 2000.

[7]Ces résultats se distinguent des précédents en ce que les Canadiens ont été interrogés sur un ensemble donné de priorités pour les cinq prochaines années. Le Tableau 1 se rapporte à une question ouverte (avec une seule réponse) concernant les priorités d'aujourd'hui.

3 - Besoins d'information

Attentes

Les Canadiens peu scolarisés ont indiqué qu'ils **veulent que le gouvernement du Canada les informe** (Tableau 2), non seulement sur les enjeux qu'ils jugent prioritaires (santé, éducation et emploi) mais aussi sur des situations vécues au quotidien (état de santé, hôpitaux, médecins, pensions, vieillissement, taxes sur les produits et services, activités reliées aux personnes âgées, dépenses gouvernementales et programmes sociaux, pour ne nommer que ceux-là). Ces résultats, mettant l'accent sur leur quotidien, ont été corroborés par les entrevues menées en mai 2000.

TABLEAU 2 : ATTENTES EN MATIÈRE D'INFORMATION

« Sur quel(s) sujet(s) en particulier souhaiteriez-vous recevoir de l'information du gouvernement du Canada ? » (question ouverte)	**En pourcentage du nombre total de répondants**
Soins et système de santé/hôpitaux/médecins	11 %
Pensions/vieillissement/invalidité/veuf	9 %
Taxes/impôts sur le revenu/TPS	9 %
Enjeux reliés aux personnes âgées	6 %
Dépenses gouvernementales/budget/déficit	5 %
Éducation	3 %
Emplois/chômage	3 %
Programmes sociaux/pauvreté/ sans-abri/bien-être social	3 %
Aucun/en reçoit suffisamment	14 %
Ne sait pas/refuse de répondre	36 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000

À noter, au tableau précédent, qu'un peu plus d'un répondant sur dix affirme recevoir suffisamment d'information du gouvernement du Canada. **Plus d'un répondant sur trois ne sait pas, ou ne connaît pas ses besoins en matière d'information.** À ce propos, lors des

entrevues, les participants ont souligné avoir peu d'intérêt à faire les démarches nécessaires pour être informés. Pour de nombreux participants, ce rôle appartient aux gouvernements.

> « *Quand ils changent une loi sur l'allocation, le chômage, les autres affaires comme ça, ils devraient l'expliquer, envoyer une lettre, le dire à la TV...* »

> « *They know where I am, if they want to tell me anything.* »

Connaissance des mesures gouvernementales

Les Canadiens peu scolarisés sont **beaucoup moins au courant des mesures prises par le gouvernement du Canada** concernant différentes priorités (Graphique 4). C'est particulièrement le cas pour les questions auxquelles ils accordent une forte priorité (santé, éducation, emploi).

GRAPHIQUE 4 : CONNAISSANCE DES MESURES PRISES PAR LE GOUVERNEMENT DU CANADA

Source : Enquête trimestrielle sur les communications gouvernementales, Bureau d'information du Canada, automne 1999.

Interaction avec le gouvernement du Canada

L'enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés a montré que seul un répondant sur quatre a communiqué avec le gouvernement du Canada au cours de la dernière année[8]. Les entrevues menées en mai 2000 ont montré que les Canadiens peu alphabétisés sont **peu enthousiastes à l'idée d'établir un contact avec le gouvernement et perçoivent ces communications comme synonymes de difficulté.**

Interrogés sur les façons qu'ils ont utilisées pour communiquer avec le gouvernement du Canada, **une très forte majorité des répondants ont indiqué qu'ils avaient utilisé le téléphone** (Tableau 3). Moins de la moitié se sont rendus en personne dans un bureau gouvernemental. Près du tiers des répondants ont utilisé le courrier postal. Rares sont ceux qui ont communiqué via l'Internet ou qui ont utilisé un guichet d'information automatisé dans un lieu public.

TABLEAU 3 : POINTS DE CONTACT AVEC LE GOUVERNEMENT DU CANADA

« Avez-vous contacté le gouvernement du Canada par...? »	**Pourcentage ayant répondu *"Oui"***
Téléphone	81 %
En se rendant personnellement dans un bureau gouvernemental	41 %
Courrier	30 %
Internet	5 %
Guichet d'information automatisé	5 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Ces constats sont d'autant plus importants que, lors des groupes de discussion[9] menés dans le cadre du développement du questionnaire pour cette enquête, de nombreux participants ont exprimé leurs frustrations vis-à-vis l'usage du téléphone. Certains participants aux entrevues de mai 2000 ont également exprimé de telles frustrations, principalement associées aux transferts fréquents d'un service à l'autre et à de longues minutes d'attente, souvent sans savoir à qui ils parlent. Les enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales ont montré la présence de liens étroits entre la qualité de prestation des services et l'évaluation que font les individus de leur gouvernement, et ce, pour l'ensemble de la population.

---

[8]Ce résultat est légèrement inférieur à celui de l'ensemble de la population (36 %), obtenu lors de l'enquête sur les communications gouvernementales de l'hiver 2000.

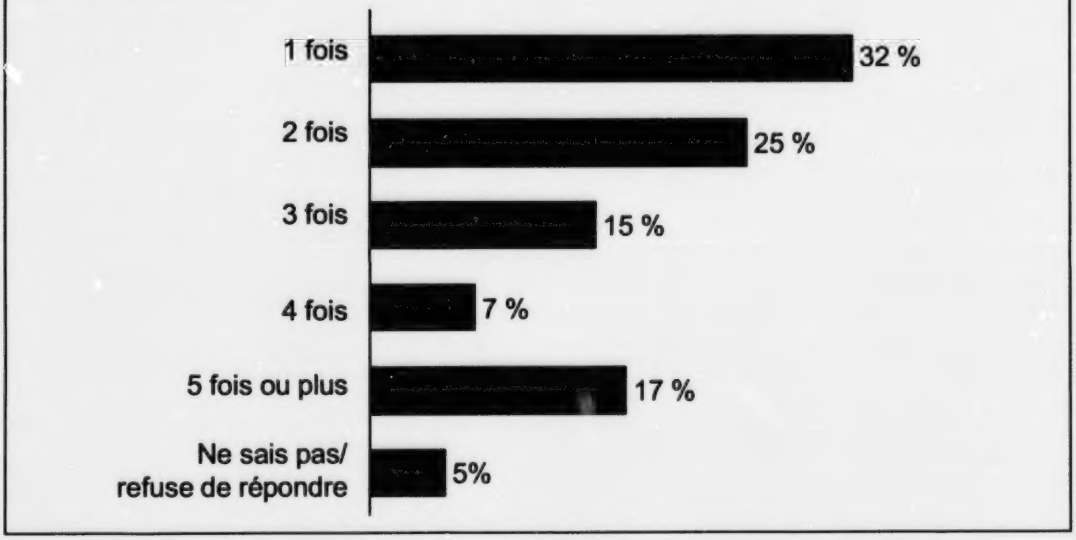
[9]Ces groupes de discussion ont été menés par Patterson, Langlois Consultants inc. en septembre 1999.

Les résultats suggèrent aussi qu'ils accordent la **préférence au contact direct avec un agent**. Une très forte majorité de répondants qui ont communiqué par téléphone (90 %), et en personne (92 %), ont indiqué avoir rencontré ou parlé avec un agent. De plus, la façon choisie par les répondants pour obtenir l'information recherchée leur a **permis d'obtenir l'information désirée** dans la majorité des cas (90 % pour ceux qui se sont rendus en personne dans un bureau gouvernemental, 86 % pour ceux qui ont utilisé le téléphone, et 79 % pour ceux qui ont utilisé le courrier)[10].

Plus de la moitié des répondants (57 %) ont dit avoir communiqué une ou deux fois avec le gouvernement (Graphique 5). À noter que, interrogés lors des entrevues sur l'utilisation du téléphone, certains participants ont indiqué qu'ils rappelaient plus d'une fois afin de confirmer l'information reçue au début, ou jusqu'à ce qu'ils obtiennent la réponse désirée. Certains vont même jusqu'à noter le nom de leur interlocuteur et souhaiter toujours communiquer avec la même personne, peu importe la nature des informations recherchées ou le niveau de gouvernement concerné. Il en est de même pour leur visite à un bureau ou à un guichet d'information du gouvernement, auquel ils se rendent habituellement.

> « *Je choisis la personne qui va m'aider. Je sais à qui demander et à qui je ne demanderai pas.* »

GRAPHIQUE 5 ; FRÉQUENCE DES CONTACTS AVEC LE GOUVERNEMENT DU CANADA



Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Bureau d'information du Canada, février 2000.

[10]Les résultats obtenus en ce qui concerne l'Internet et le guichet d'information automatisé ne sont pas statistiquement significatifs en raison du très petit nombre de personnes ayant communiqué de cette façon.

Préférences pour l'avenir

Dans l'éventualité où ils auraient, le jour suivant l'enquête nationale, à communiquer avec le gouvernement du Canada pour une raison ou une autre, 69 % des répondants ont indiqué qu'ils choisiraient le téléphone, 12 % se présenteraient en personne[11] dans un bureau du gouvernement et 11 % utiliseraient la poste. Très peu de répondants ont indiqué qu'ils communiqueraient avec le gouvernement du Canada par Internet (2 %) ou par un guichet d'information automatisé (1 %).

Concernant Internet, les résultats de l'enquête trimestrielle de l'hiver 2000 sur les communications gouvernementales ont montré que **85 % des répondants peu scolarisés n'avaient pas utilisé Internet, à la maison ou ailleurs, au cours des trois mois précédents, comparativement à seulement 38 % pour l'ensemble de la population.** L'examen des résultats des enquêtes trimestrielles montre que cet écart entre utilisateurs est l'un des plus importants en comparaison à d'autres variables (sexe, âge, rural versus urbain). Néanmoins, les résultats ont montré une augmentation significative dans le nombre d'utilisateurs auprès des personnes peu scolarisées depuis mai 1999, comme pour l'ensemble du pays.

Relais de l'information

Parmi ceux qui n'ont pas communiqué avec le gouvernement du Canada (76 % des répondants), près de 10 % ont indiqué que quelqu'un d'autre de leur entourage l'avait fait à leur place (Tableau 4). Cette personne est très souvent un parent (52 %), soit un enfant, un conjoint ou un autre membre de la famille. Près du tiers ont fait appel à un professionnel, soit un comptable ou un avocat. Près d'un répondant sur dix a fait appel à un ami.

[11] Lors des entrevues, certains participants, particulièrement des régions rurales, ont souligné ne pas se rendre en personne dans les bureaux gouvernementaux en raison de la distance.

TABLEAU 4 : LISTE DES PERSONNES AYANT COMMUNIQUÉ À LA PLACE DES CANADIENS PEU SCOLARISÉS	
« Habituellement, qui est cette personne? »	**En pourcentage du nombre de répondants**
Comptable et fiscaliste	24 %
Enfant	20 %
Autre membre de la famille	17 %
Conjoint	15 %
Ami	9 %
Avocat	4 %
Autres	11 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Selon les travaux réalisés pour le compte de Revenu Canada (mai 1997), le recours à un tiers se produirait lorsque les personnes peu alphabétisées vivent une situation nouvelle ou différente. D'autres évitent tout simplement ces situations. Les entrevues menées en mai 2000 ont montré que les personnes peu alphabétisées fonctionnent d'abord à partir de leur réseau immédiat, là où la relation de confiance est déjà établie et connue. **D'où l'importance, dans un tel contexte, d'informer aussi les personnes pouvant jouer un rôle de relais**[12]. Le recours à des parents ou à des amis qui sont généralement au courant de leur problème d'alphabétisation, est plus marqué chez les participants les moins alphabétisés. Pour ceux qui écoutent fréquemment la télévision, particulièrement chez les francophones, le réseau de confiance inclut les animateurs vedettes sur qui ils peuvent se fier.

« Lui, il est franc, il dit ce qu'il pense. Il a une sagesse et il défend les personnes... »

« Il parle comme le monde ordinaire. Quand il dit et explique quelque chose, on comprend ce qu'il veut dire. On a l'impression qu'il parle des vraies affaires, les affaires qui touchent le monde. »

[12]Dans une étude publiée par l'Institut canadien d'éducation des adultes en 1997, intitulée *Des services publics pour toute la population*, le président de la Régie des rentes du Québec soulignait que, dans l'éventualité où les personnes consultées ne comprennent pas elles non plus, il ne faudrait pas se surprendre que ces citoyens perdent confiance dans le gouvernement.

4 - Évaluation des communications gouvernementales

Divers aspects des communications gouvernementales (pertinence, adéquation, compréhension, fiabilité et reconnaissance) ont été évaluées. Comparativement à l'ensemble de la population, les résultats des enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales suggèrent que les citoyens peu scolarisés ont en général **plus de difficulté à comprendre et à savoir l'origine des informations transmises**. Ils sont aussi **davantage ambivalents quant à la pertinence des informations reçues par rapport à leurs besoins.**

Pertinence

Une proportion importante de Canadiens peu scolarisés sont ambivalents par rapport à la pertinence de l'information transmise, considérant en grand nombre qu'elle répond plus ou moins à leurs besoins (Tableau 5). Alors que près d'un tiers des répondants sont d'avis qu'elle répond peu, ou pas du tout à leurs besoins, un sur cinq croit que l'information du gouvernement du Canada est beaucoup ou totalement pertinente.

TABLEAU 5 : PERTINENCE DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE

« Trouvez-vous en général que l'information transmise par le gouvernement du Canada répond totalement, beaucoup, plus ou moins, peu ou pas du tout à vos besoins ? »	**En pourcentage du total**
Totalement	8 %
Beaucoup	9 %
Plus ou moins	42 %
Peu	20 %
Pas du tout	10 %
Ne sait pas/refuse de répondre	11 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés,
Bureau d'information du Canada, février 2000

Au cours des entrevues, les répondants ont été interrogés sur la façon dont le gouvernement pourrait répondre à leurs besoins. Les résultats ont démontré l'importance de faire connaître les initiatives gouvernementales à partir de solutions et de résultats concrets et liés aux expériences personnelles de vie des participants (par exemple, les listes d'attente dans les hôpitaux, les coûts élevés des médicaments, les prestations sociales insuffisantes, la discrimination en matière d'emploi). Quelques participants ont souligné que certaines

informations émanant des gouvernements avaient davantage pour but de les convaincre que tout va bien, que de répondre aux problèmes qu'ils vivent au quotidien.

« Oui, oui la santé, les emplois, l'entrepreneurship, tout va bien, on s'en occupe »

Certains ont souligné que l'information transmise ne correspondait tout simplement pas à ce qu'ils voyaient ou entendaient autour d'eux. Pour d'autres, les informations sont trop générales et ne donnent que les grandes lignes des objectifs poursuivis.

«They never say how it's going to affect me and my kids. »

Adéquation

Sur cette question, l'avis des Canadiens peu scolarisés est davantage partagé (Tableau 6). Alors que 43 % trouvent que le gouvernement du Canada transmet assez ou beaucoup d'information sur les programmes et services qui les intéressent, 44 % trouvent qu'il n'en transmet pas assez ou aucune.

TABLEAU 6 : ADÉQUATION DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE

« Selon vous, est-ce que le gouvernement du Canada transmet trop, beaucoup, assez, pas assez ou aucune information sur les programmes et services qui vous intéressent? »	**En pourcentage du total**
Trop	0 %
Beaucoup	2 %
Assez	41 %
Pas assez	36 %
Aucune	8 %
Ne sait pas/ refuse de répondre	13 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Lors des entrevues, certains ont souligné avoir déjà entendu parler d'un sujet qui les intéressait (par exemple, lors d'un bulletin télévisé) mais qu'aucune information ne leur avait été transmise par la suite. D'autres ont tout simplement déclaré :

« *On reçoit rien du gouvernement, à part des comptes.* »

« *I see other people get stuff from the government, but I never hear anything about it.* »

Compréhension

Plus de quatre répondants sur dix trouvent que l'information transmise par le gouvernement du Canada est difficile ou très difficile à comprendre (Tableau 7). Près d'un répondant sur cinq trouve que l'information transmise par le gouvernement du Canada est plus ou moins facile. Près du tiers des répondants trouvent tout de même que l'information du gouvernement du Canada est facile ou très facile à comprendre.

TABLEAU 7 : COMPRÉHENSION DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE

« Trouvez-vous en général que l'information transmise par le gouvernement du Canada est très facile, facile, plus ou moins facile, difficile ou très difficile à comprendre ? »	**En pourcentage du total**
Très facile	4 %
Facile	26 %
Plus ou moins facile	19 %
Difficile	32 %
Très difficile	11 %
Ne sait pas/refuse de répondre	8 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000

Les résultats des entrevues suggèrent que les informations sont difficiles à comprendre, non seulement parce que les répondants ne saisissent pas la signification des mots, mais aussi parce qu'ils ne savent pas comment repérer l'information pertinente ou comment l'utiliser.

« *Quand je reçois des informations je ne sais pas toujours quoi faire, c'est compliqué.* »

« *Talk is cheap; they have to show me.* »

Fiabilité

Plus du tiers des répondants disent pouvoir se fier plus ou moins à l'information transmise par le gouvernement du Canada (Tableau 8). Par ailleurs, alors que le tiers des répondants considèrent pouvoir se fier peu ou pas du tout à l'information transmise, un sur cinq croit que l'information du gouvernement du Canada est beaucoup ou totalement fiable.

TABLEAU 8 : FIABILITÉ DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE	
« Croyez-vous que vous pouvez vous fier totalement, beaucoup, plus ou moins, peu ou pas du tout à l'information transmise par le gouvernement du Canada? »	**En pourcentage du total**
Totalement	7 %
Beaucoup	12 %
Plus ou moins	36 %
Peu	21 %
Pas du tout	12 %
Ne sait pas/refuse de répondre	12 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Interrogés sur cette question, les participants aux entrevues ont souligné qu'ils ne se fiaient pas à l'exactitude des informations les concernant tant qu'ils n'en avaient pas des preuves. Pour eux, ces preuves sont en général acquises grâce à un avantage immédiat (par exemple, une augmentation des paiements d'allocations familiales). D'autres ont indiqué croire davantage aux informations transmises lorsque celles-ci sont présentées à partir de cas vécus, de situations réelles similaires à leur propre situation. Le rapprochement avec des expériences individuelles de vie permet ainsi non seulement d'être mieux compris mais sert aussi de preuve.

« Si j'ai des doutes, je veux des preuves à l'appui. »

« If my neighborhood benefits, well, that's ok, then. »

Reconnaissance

Un nombre relativement important de Canadiens peu scolarisés ont de la difficulté à savoir si un message publicitaire ou une publication provient du gouvernement du Canada (Tableau 9). Alors que plus de quatre répondants sur dix savent une fois sur deux, assez souvent ou toujours lorsqu'un message publicitaire ou une publication provient du gouvernement du Canada, une proportion similaire le savent rarement ou jamais.

TABLEAU 9 : RECONNAISSANCE DE L'INFORMATION GOUVERNEMENTALE	
« De façon générale, est-ce que vous savez toujours, assez souvent, une fois sur deux, rarement ou jamais lorsqu'un message publicitaire ou une publication provient du gouvernement du Canada? »	**En pourcentage du total**
Toujours	12 %
Assez souvent	10 %
Une fois sur deux	22 %
Rarement	23 %
Jamais	20 %
Ne sait pas/refuse de répondre	13 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés,
Bureau d'information du Canada, février 2000.

Notons toutefois que, lors des entrevues, certains participants ont rapidement identifié la provenance des informations présentées grâce, notamment, au logo du gouvernement du Canada et au numéro 1 800 O-Canada.

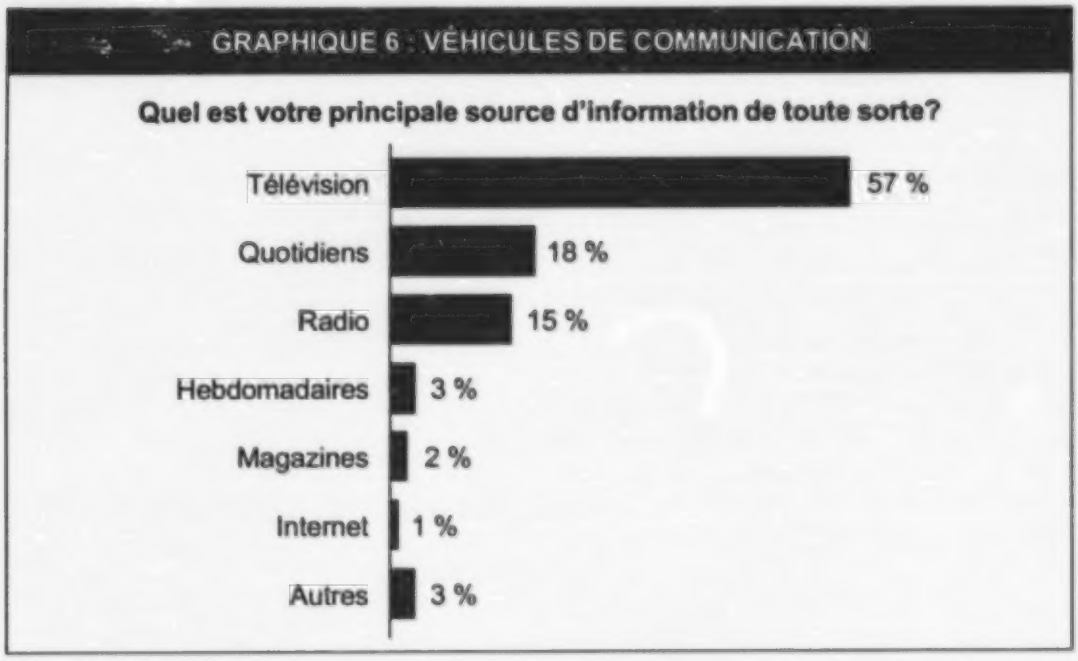
5 - Moyens de communication

Utilisation

Plus de la moitié des Canadiens peu scolarisés (57 %) ont identifié **la télévision comme principale source d'information de toute sorte**, incluant celle provenant du gouvernement du Canada (Graphique 6). Loin derrière, ils identifient les quotidiens[13] et la radio comme principales sources d'information, dans une proportion de 18 % et 15 % respectivement. Les femmes, les ménages à bas revenu (moins de 20 000 $), les résidants des régions rurales et ceux des provinces de l'Atlantique utilisent davantage la radio que les quotidiens comme source principale d'information. Pour une très faible proportion des répondants, les hebdomadaires (3 %), les magazines (2 %) et Internet (1 %) constituent les principales sources d'information.

Comparativement à l'ensemble de la population (enquête trimestrielle de l'automne 1999), les personnes peu scolarisées font **moins appel aux journaux et davantage à la télévision et à la radio** pour s'informer.

GRAPHIQUE 6 : VÉHICULES DE COMMUNICATION



Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000.

[13] La lecture des journaux demeure toutefois relativement superficielle.

TABLEAU 10 : PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION PAR RÉGION				
	Provinces de l'Ouest	**Ontario**	**Québec**	**Provinces de l'Atlantique**
Télévision	54 %	53 %	69 %	49 %
Quotidiens	17 %	21 %	13 %	19 %
Radio	15 %	16 %	12 %	23 %
Hebdomadaires	5 %	2 %	2 %	4 %
Magazines	2 %	3 %	2 %	2 %
Toutes les cinq sources mentionnées ci-dessus	1 %	1 %	1 %	0 %
Amis et famille	1 %	1 %	0 %	0 %
Internet	1 %	1 %	0 %	1 %
Livres	1 %	0 %	0 %	0 %
Ne sait pas/refuse de répondre	3 %	2 %	1 %	2 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Par région (Tableau 10), ce sont les Canadiens peu scolarisés du Québec qui utilisent le plus la télévision comme source principale d'information. Les répondants des provinces de l'Atlantique sont ceux qui l'utilisent le moins. C'est aussi au Québec que les Canadiens peu scolarisés utilisent le moins les imprimés comme source principale d'information (17 % comparativement à 23 % pour l'ensemble du pays). Des tendances similaires par province ont été observées pour l'ensemble de la population à partir des enquêtes trimestrielles sur les communications gouvernementales.

Les personnes peu scolarisées de langue française sont plus nombreuses à faire appel à la télévision (66 % en comparaison des 51 % dont la langue maternelle est l'anglais). Les femmes peu scolarisées (63 %) dépendent davantage de la télévision, pour s'informer, que les hommes (51 %). Les participants aux entrevues ont souligné que les bulletins d'informations télévisés constituaient leur principale source d'information. Les documentaires et émissions d'affaires publiques sont aussi considérés comme étant informatifs.

Il existe également une relation significative entre le niveau de revenu et la principale source d'information des Canadiens peu scolarisés (Tableau 11). Plus le revenu du ménage est élevé, moins les répondants dépendent de la télévision pour s'informer, et plus ils utilisent d'autres sources tels les quotidiens, les hebdomadaires et les magazines.

TABLEAU 11 : PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION PAR NIVEAU DE REVENU ANNUEL DU MÉNAGE

	20 000 $ ou moins	**Entre 20 000 $ et 39 000 $**	**40 000 $ ou plus**
Télévision	60 %	56 %	46 %
Radio	17 %	14 %	14 %
Quotidiens	14 %	21 %	26 %
Hebdomadaires, magazines et autres sources	6 %	6 %	14 %
Total	100 %	100 %	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Préférences

Interrogés sur la pertinence, pour le gouvernement du Canada, d'utiliser divers moyens de communication pour transmettre de l'information (Tableau 12), des proportions importantes de Canadiens peu scolarisés ont indiqué être **d'accord avec la publicité à la télévision** (75 %) **et dans les imprimés** (76 % pour des dépliants par la poste; 70 % pour de la publicité dans les hebdos et 68 % pour de la publicité dans les quotidiens).

En ce qui concerne la poste, les participants aux entrevues ont indiqué qu'ils préféraient recevoir de l'information qui leur est adressée personnellement. Si, de plus, le courrier est de toute évidence en provenance du gouvernement (logo ou nom du gouvernement), il est alors automatiquement jugé important. Certains ont même ajouté que lorsqu'ils jugent cette information pertinente pour eux, ils se rendent en personne dans un bureau du gouvernement pour en vérifier l'exactitude[14].

« *Quand c'est adressé, je fais plus attention, c'est pour moi.* »

« *When I see the (Canada) flag, I stop, that's important.*»

[14] À ce propos, certains répondants ont indiqué se rendre toujours au même bureau, dont ils connaissent l'adresse, et ce, sans distinction de l'origine des informations.

Les répondants âgés de 50 ans et plus, ainsi que ceux des provinces de l'Atlantique, sont plus nombreux que les autres à vouloir obtenir de l'information gouvernementale par de la publicité diffusée à la radio. Les répondants des provinces de l'Atlantique sont aussi plus nombreux à apprécier la publicité dans les quotidiens, les services téléphoniques automatisés et les kiosques d'information dans les foires ou les expositions. Les présentoirs dans les lieux publics intéressent davantage les travailleurs.

TABLEAU 12 : PRÉFÉRENCES EN CE QUI A TRAIT AUX VÉHICULES DE COMMUNICATION

« De quelles(s) façon(s) souhaiteriez-vous recevoir de l'information du gouvernement du Canada sur les programmes et les services? »	**Pourcentage ayant répondu *« oui »***
Par des publications ou des dépliants envoyés par la poste	76 %
Par de la publicité à la télévision	75 %
Par de la publicité dans les hebdomadaires	70 %
Par de la publicité dans les quotidiens	68 %
Par de la publicité à la radio	61 %
Par des bureaux gouvernementaux près de chez-vous	57 %
Par des présentoirs dans des endroits publics	55 %
Par des kiosques d'information dans les foires ou les expositions	44 %
Par de la publicité dans les revues et les magazines	40 %
Par un service téléphonique automatisé	34 %
Par un guichet d'information automatisé dans des endroits publics	32 %
Par Internet	19 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Bureau d'information du Canada, février 2000.

À noter que le pourcentage de Canadiens peu scolarisés qui désirent être informés par Internet, par les guichets d'information ou par les services téléphoniques automatisés est peu élevé. Les entrevues ont montré que les messageries vocales rebutent les personnes peu alphabétisées et dépersonnalisent encore plus la relation de confiance qu'elles cherchent à établir. Par ailleurs, les personnes interviewées n'étaient pas contre l'idée d'utiliser les nouvelles technologies mais elles ont peur d'utiliser « *une machine* », car elles craignent de ne pas pouvoir l'utiliser efficacement et de ne pas obtenir l'information désirée.

Certains participants aux entrevues disent percevoir les campagnes de publicité télévisées et radiophoniques davantage comme un point de départ (par exemple, l'annonce d'une nouvelle initiative) qu'un point d'arrivée dans leur recherche d'information. D'autres croient que la publicité devrait être un moyen d'obtenir une réponse rapide à une question claire, simple et précise (par exemple, c'est bon ou c'est mauvais).

Les participants ont indiqué une nette préférence pour les publicités qui répondent davantage à leurs besoins individuels ou à leur expérience de vie. Ils apprécient davantage les messages utilisant les enfants ou les animaux ou bien ceux qui présentent des mises en scène cocasses. Ils ont exprimé leurs frustrations par rapport aux publicités qui, dans le but de les informer, cherchent à transmettre beaucoup d'information en peu de temps (par exemple, ils n'ont pas toujours le temps de noter les numéros de téléphone dans des publicités télévisées). D'autres ont indiqué qu'ils comptent sur le fait que la publicité soit présentée à plusieurs reprises, pour noter les informations et/ou accroître leur niveau de compréhension.

« *You have to watch them over and over, before you know what they are selling.* »

Télévision

Écoute

Dans l'ensemble, les répondants à l'enquête consacrent 3,6 heures par jour à regarder la télévision, alors que plus des deux tiers y consacrent trois heures ou plus par jour (16 % des répondants y consacrent 6 heures ou plus par jour). Comparativement aux résultats de l'enquête trimestrielle sur les communications gouvernementales réalisée à l'hiver 1999, c'est **plus que pour l'ensemble de la population.**

TABLEAU 13 : NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE DE LA TÉLÉVISION

	En pourcentage du total
Aucune	3 %
Moins d'une heure	2 %
Entre 1 et 1, 5 heure	11 %
Entre 2 et 2,5 heures	20 %
Entre 3 et 3,5 heures	20 %
Entre 4 et 4,5 heures	16 %
Entre 5 et 5,5 heures	10 %
6 heures ou plus	16 %
Ne sait pas/refuse de répondre	2 %
Total	100 %

Source : Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Parmi ceux qui regardent la télévision, une forte majorité (97 %) la regarde surtout le soir, près de la moitié (47 %) la regarde l'après-midi, et plus du tiers (37 %), le matin. Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à regarder la télévision le matin et l'après-midi. Les résidants peu alphabétisés des provinces de l'Atlantique regardent moins la télévision le matin que ceux du reste du Canada.

Interrogés sur l'écoute du réseau communautaire, il ressort que les répondants y consacrent relativement peu de temps (Tableau 14), une heure par jour en moyenne. Quatre sur dix ne le regardent pas du tout.

TABLEAU 14 : NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE DU RÉSEAU COMMUNAUTAIRE	
	En pourcentage du total
Aucune	41 %
Moins d'une heure	10 %
Entre 1 et 1,5 heure	17 %
Entre 2 et 2,5 heures	9 %
Entre 3 et 3,5 heures	4 %
Entre 4 et 4,5 heures	2 %
5 heures ou plus	3 %
Ne sait pas/refuse de répondre	14 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Autres considérations

Les travaux de Statistique Canada (septembre 1996) sur l'alphabétisme ont montré l'existence d'un lien étroit entre les capacités de lecture et le temps consacré à regarder la télévision. Cette dernière est considérée comme une solution de remplacement aux journaux, notamment auprès des personnes incapables de trouver l'information dont elles ont besoin dans les imprimés.

Lors des entrevues, les participants ont indiqué qu'ils écoutent en général, de manière attentive, la télévision, parfois en compagnie d'un membre de la famille ou d'un ami. D'autres participants ont souligné qu'ils discutaient à l'occasion du contenu des émissions avec leurs amis ou leurs proches, non seulement afin d'échanger mais aussi pour en vérifier la compréhension.

« *Quand j'entends quelque chose..., je vais vérifier souvent l'information auprès de mon amie, je lui demande si elle a entendu ça.* »

« *If I hear something, I run to tell my friend in case she doesn't know.* »

Quotidiens et hebdomadaires

En comparaison à la télévision, les Canadiens peu scolarisés consacrent **relativement moins de temps à lire les quotidiens** (Tableau 15). En moyenne, ils y consacrent 45 minutes par jour[15]. Ils consacrent encore moins de temps à la lecture des hebdomadaires, des magazines et des revues. À noter aussi que parmi les répondants, 32 % ne lisent pas de quotidiens, 47 % ne lisent pas d'hebdomadaires et 57 % ne lisent ni magazines ni revues.

TABLEAU 15 : NOMBRE D'HEURES PAR JOUR CONSACRÉES À LA LECTURE DES JOURNAUX ET DES MAGAZINES

	Quotidiens	Hebdomadaires	Magazines et revues
Aucune	32 %	47 %	57 %
Moins d'une heure	24 %	25 %	14 %
Entre 1 et 1,5 heure	26 %	14 %	13 %
Entre 2 et 2,5 heures	9 %	3 %	8 % (2 heures ou plus)
3 heures ou plus	3 %	2 %	---
Ne sait pas/refuse de répondre	6 %	9 %	9 %
Total	100 %	100 %	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Les travaux de Statistique Canada (septembre 1996) sur l'alphabétisme ont permis de mettre en évidence des différences importantes dans la façon dont les Canadiens peu alphabétisés lisent un journal, comparativement au reste de la population. Les répondants qui ont un niveau élevé d'alphabétisation sont plus susceptibles de lire certaines rubriques que ceux dont le niveau est plus faible, notamment les éditoriaux, l'actualité nationale et internationale, les chroniques littéraires et de cinéma, ainsi que l'actualité financière. L'écart est moindre en ce qui concerne les petites annonces, les sports, les bandes dessinées, les horaires de télévision, l'horoscope et les conseils pratiques.

[15]Pollara, qui a réalisé l'enquête, croit que ce niveau pourrait être relativement surévalué étant donné les nombreuses sources alternatives d'information.

Les participants aux entrevues ont indiqué qu'ils feuilletaient d'abord le journal (grands titres et photos). Si un sujet les intéresse, ils débutent la lecture mais ne la complètent pas à moins que cela ait vraiment un lien avec leur situation personnelle ou leurs intérêts. Ils s'intéressent de près aux activités locales et de quartier et ne s'attardent pas aux publicités à moins qu'elles n'attirent leur attention ou qu'elles soient d'un intérêt pour eux.

« *Je regarde ce qui est écrit en gros et je lis ce qui m'intéresse.* »

« *I always scan the headlines.*»

Radio

Écoute

Les Canadiens peu scolarisés **consacrent moins de temps à écouter la radio qu'à regarder la télévision.** Ils y consacrent en moyenne 2,4 heures par jour (Tableau 16). Notons que plus de la moitié des répondants écoutent la radio une heure et demie ou moins par jour.

Parmi ceux qui écoutent la radio, 82 % l'écoutent le matin, 46 % l'après-midi, 38 % le soir, et 35 % en allant ou en revenant du travail. Les hommes et les répondants dont le revenu annuel du ménage est supérieur à 40 000 $ sont plus susceptibles d'écouter la radio en allant ou en revenant du travail.

TABLEAU 16 : NOMBRE D'HEURES D'ÉCOUTE QUOTIDIENNE DE LA RADIO

	En pourcentage du total
Aucune	18 %
Moins d'une heure	12 %
Entre 1 et 1,5 heure	21 %
Entre 2 et 2,5 heures	17 %
Entre 3 et 3,5 heures	7 %
Entre 4 et 4,5 heures	6 %
Entre 5 et 5,5 heures	5 %
6 heures ou plus	11 %
Ne sait pas/refuse de répondre	3 %
Total	100 %

Source : *Enquête nationale auprès des Canadiens peu scolarisés*, Bureau d'information du Canada, février 2000.

Autres considérations

Interrogés sur une publicité radiophonique gouvernementale récente, présentée sous forme d'infocapsule, certains participants aux entrevues ont rapidement associé cette forme de communication par la radio à la lecture d'un texte et aux difficultés qu'ils rencontrent généralement avec les écrits. En effet, les participants ont trouvé les informations difficiles à comprendre, trop scientifiques, transmettant des connaissances plutôt que des directives précises sur l'utilisation d'un produit. Les informations transmises ont aussi été qualifiées de considérations trop générales, d'informations qui pourraient être utiles peut-être plus tard.

Des participants, particulièrement les Francophones, ont aussi indiqué une forte préférence pour des émissions radiophoniques en direct où les animateurs échangent et parlent entre eux, et où le grand public peut téléphoner. La radio est souvent associée à une présence au foyer, à une certaine forme de sécurité. De nombreuses personnes interrogées ont déclaré ne pas s'arrêter afin de prendre le temps d'écouter spécifiquement la radio. Ils peuvent faire plusieurs choses tout en l'écoutant.

« *J'écoute la radio toute la nuit, elle est ouverte même quand je dors.* »

« *I always have it on when I'm doing things around the house.* »

6 - Autres observations

Les résultats ci-après sont tirés des entrevues menées par COGEM pour le Bureau d'information du Canada, en mai 2000, auprès de 45 Canadiens peu alphabétisés. Ils découlent des perceptions exprimées par les participants par rapport au matériel qui leur a été présenté (trois types d'information : une publicité télévisée, un imprimé et une capsule d'information radiophonique). Peu de participants ont été en mesure d'exprimer clairement ce que voulait dire communiquer efficacement avec eux autrement que dans la finalité des résultats (c'est-à-dire l'adéquation des informations avec les besoins). Ainsi, assurer la pertinence et la compréhension des informations transmises est une tâche qui revient davantage aux communicateurs qu'au citoyen lui-même.

Langage clair et simple

L'utilisation d'un langage clair et simple ne vise pas exclusivement l'usage de mots simples correspondant à un niveau donné de scolarité, mais aussi à **un langage commun et reconnu** par les participants. Certains ont réagi très fortement et de manière négative au caractère « *trop scientifique* », technique et bureaucratique de divers termes utilisés. D'autres ont réagi négativement à la multiplication des programmes avec des noms « *grands comme le bras, comme si on voulait être sûr qu'on ne comprenne pas* ». Par ailleurs, certains participants auraient souhaité qu'on leur explique le sens de certains mots utilisés dans le matériel présenté.

En général, à cause de la confusion créée par le langage utilisé et de la complexité des informations transmises, les participants ont non seulement été incapables de comprendre certains messages, mais ils ont même parfois carrément refusé d'en prendre connaissance (croyant que ce message n'était pas pour eux). Selon les résultats des entrevues, lorsque les participants ne comprennent pas, ils ont tendance à croire que le gouvernement ne les écoutent pas. Lorsqu'elle cesse de transmettre des informations utiles, la communication est perçue davantage comme une relation arrogante, loin des besoins et des intérêts de la personne.

Autres caractéristiques

Les entrevues ont permis d'examiner, en plus du langage, d'autres caractéristiques (disposition et structure des textes, taille des caractères, espacement, couleur, qualité des images et du son). À noter que les travaux effectués pour le compte de Revenu Canada (mai 1997) avaient démontré non seulement la nécessité de fournir des informations claires et simples, mais aussi de manière à ce que les personnes visées puissent accomplir la tâche pour laquelle elles sont sollicitées (remplir un formulaire, par exemple).

Les participants aux entrevues ont éprouvé de **sérieuses difficultés à décomposer les informations transmises**, de manière à pouvoir les utiliser ou à en tirer un avantage quelconque. « *C'est bien beau, le gouvernement a beaucoup de programmes mais qu'est-ce que cela peut me rapporter, à moi?* » De plus, certaines informations transmises faisaient davantage référence à des résultats d'études scientifiques et des rapports statistiques, alors que les participants désiraient des informations qu'ils pourraient utiliser dans leur vie quotidienne. Ils ont toutefois **apprécié l'organisation ordonnée de certaines informations qui répondaient bien à leurs attentes** (aide financière, recherche d'emploi, oeuvrer dans la communauté).

Il est apparu clairement que la taille des caractères, l'espacement et les couleurs sont tous des éléments qui peuvent faciliter la compréhension des informations transmises. Certains participants ont réagi négativement aux petits caractères et au grand nombre d'informations qui, selon eux, occupent un espace trop restreint. Ils ont dit aimer les couleurs pâles et douces qui font contrastes avec les écrits dans le matériel imprimé.

Certains participants se sont dits irrités par la voix du narrateur utilisée dans le matériel audio et qu'ils associaient à un fonctionnaire, loin d'eux, extérieur au cercle de leurs relations de confiance. En ce qui a trait aux publicités télévisées, ils se sont dits sensibles au choix des images, particulièrement celles qui sont associées aux enfants (un thème qui les touche) même si certains expriment des réserves lorsque l'histoire présentée s'éloigne de leur expérience de vie personnelle et de leur milieu social. Les images (message primaire) comptent pour une part importante du rappel publicitaire, et ce, avant même les informations écrites ou dites (message secondaire).

Un exemple : demande de prestation fiscale canadienne pour enfants

L'exemple donné par Revenu Canada concernant le formulaire utilisé dans le cadre du programme de prestation fiscale canadienne pour enfants est particulièrement intéressant et il complète les données de la présente étude. Revenu Canada a cherché à examiner les tâches requises pour remplir le formulaire et les caractéristiques du formulaire en question. Comme le démontre le formulaire avant et après les changements apportés par Revenu Canada (Tableau 17), les résultats sont notables.

- Dans sa version première (avant), une trop grande quantité de renseignements rend le formulaire ambigu et confus.

- Alors que les textes narratifs rendent la compréhension difficile (avant), l'utilisation de courts énoncés en facilitent la compréhension (après).

TABLEAU 17 : Demande de prestation fiscale pour enfants (avant)

Revenu Canada / Revenue Canada

Protégé lorsque rempli

Réservé au Ministère

DEMANDE DE PRESTATION FISCALE POUR ENFANTS

Remplissez chaque section qui s'applique à vous. Avant de remplir le formulaire, consultez la *Feuille de renseignements sur la demande de prestation fiscale pour enfants* ci-jointe. Vous y trouverez des renseignements sur certaines sections dans le formulaire qui sont désignés par un astérisque (*).

Vous et votre conjoint devez tous deux avoir rempli une déclaration de revenus pour pouvoir recevoir la prestation fiscale pour enfants.

Section A — Renseignements personnels (Dans la plupart des cas, c'est la mère qui remplit cette section.) *

Prénom et initiales | Nom de famille | Numéro d'assurance sociale

Adresse postale | Rue | App. | Ville | Province ou territoire | Pays | Code postal

Adresse du domicile (si elle diffère de l'adresse ci-dessus) | Téléphone (domicile) ( ) | Téléphone (travail) ( )

Avez-vous changé d'adresse depuis la dernière fois que vous avez communiqué avec Revenu Canada? ☐ Oui ☐ Non Si oui, indiquez la date : Année Mois Jour

Nom à la naissance (s'il diffère du nom ci-dessus) | Date de naissance Année Mois Jour | Sexe ☐ F ☐ M | Langue de correspondance ☐ Français ☐ Anglais

Quel est votre état civil? *
1 ☐ Marié 2 ☐ Conjoint de fait 3 ☐ Veuf
4 ☐ Divorcé 5 ☐ Séparé (depuis 90 jours ou plus) 6 ☐ Célibataire

Indiquez depuis quand vous vivez en union de fait ou êtes marié, divorcé, veuf ou séparé * Année Mois Jour

Si vous vivez en union de fait ou êtes marié, avez-vous vécu séparément de votre conjoint actuel pendant des périodes de 90 jours ou plus au cours des dernières années? * ☐ Oui ☐ Non

Si vous êtes un citoyen canadien, indiquez la date à laquelle vous êtes devenu citoyen canadien : Année Mois Jour
Depuis la naissance ☐ Oui **ou**

Si vous êtes devenu un citoyen canadien dans les 12 derniers mois, ou si vous n'êtes pas citoyen canadien, vous devez remplir la **section D** à la page 3 du formulaire.

Avez-vous résidé à l'extérieur du Canada au cours des deux dernières années (mis à part les vacances)? * ☐ Oui ☐ Non
Si oui, indiquez :

- quand vous avez quitté le Canada la dernière fois Année Mois Jour
- quand vous êtes revenu au Canada la dernière fois Année Mois Jour
- la dernière province ou le dernier territoire où vous avez résidé avant de quitter le Canada
- votre revenu de toutes provenances dans la section E – État du revenu de toutes provenances

Section B — Renseignements sur votre conjoint
(Remplissez cette section si vous êtes marié, si vous vivez en union de fait ou si vous êtes séparé depuis moins de 90 jours.)

Prénom et initiales | Nom de famille | Numéro d'assurance sociale

Adresse postale (si elle diffère de l'adresse ci-dessus) | App. | Rue | Ville

Province ou territoire | Pays | Mois | Code postal | Téléphone (domicile) ( ) | Téléphone (travail) ( )

Votre conjoint a-t-il changé d'adresse depuis la dernière fois qu'il a communiqué avec Revenu Canada? ☐ Oui ☐ Non Si oui, indiquez la date Année Mois Jour

Nom à la naissance (s'il diffère du nom ci-dessus) | Date de naissance Année Mois Jour | Sexe ☐ F ☐ M | Langue de correspondance ☐ Français ☐ Anglais

Si votre conjoint est un citoyen canadien, indiquez la date à laquelle votre conjoint est devenu citoyen canadien : Year Month Day
Depuis la naissance ☐ Oui **ou**

Si votre conjoint est devenu un citoyen canadien dans les 12 derniers mois, ou si votre conjoint n'est pas citoyen canadien, vous devez remplir la **section D** à la page 3 du formulaire.

Votre conjoint a-t-il résidé à l'extérieur du Canada* au cours des deux dernières années (mis à part les vacances)? ☐ Oui ☐ Non
Si oui, indiquez :

- quand votre conjoint a quitté le Canada la dernière fois Année Mois Jour
- quand votre conjoint est revenu au Canada la dernière fois Année Mois Jour
- la dernière province ou le dernier territoire où votre conjoint a résidé avant de quitter le Canada
- le revenu de toutes provenances de votre conjoint dans la section E – État du revenu de toutes provenances

RC66 F (97) (This form is available in English.) 3734 Canada

TABLEAU 17 (suite) : Demande de prestation fiscale pour enfants (après)

Revenu Canada Revenue Canada

DEMANDE DE PRESTATION FISCALE CANADIENNE POUR ENFANTS

Réservé au Ministère

La prestation fiscale canadienne pour enfants est un paiement mensuel non imposable versé aux familles admissibles pour les aider à subvenir aux besoins de leurs enfants de 17 ans et moins. Vous trouverez plus de renseignements sur la prestation dans la brochure intitulée *Votre prestation fiscale canadienne pour enfants*, incluse dans votre trousse de demande.

Vous devez remplir ce formulaire pour demander la prestation fiscale canadienne pour enfants. Cette demande sert également à calculer les prestations et les crédits accordés dans le cadre de certains programmes provinciaux et territoriaux de prestations pour enfants que Revenu Canada administre.

Pour être admissible à commencer à recevoir la prestation, ou pour continuer à la recevoir, vous et votre conjoint devez chacun produire une déclaration de revenus et de prestations pour chaque année, même si vous n'avez aucun revenu.

Partie 1 – Vos renseignements personnels (En général, cette partie vise la mère.)

Prénom

Nom légal

Nom légal à la naissance (s'il diffère du nom légal indiqué ci-dessus)

Numéro d'assurance sociale

Date de naissance
Année Mois Jour

Adresse postale
Rue App. Ville

Province ou territoire Pays Code postal

☐ Femme ☐ Homme

Langue de correspondance
☐ English ☐ Français

Adresse à domicile (si elle diffère de l'adresse ci-dessus)
Rue App. Ville

Province ou territoire Pays Code postal

Téléphone (à domicile) Ind. rég.

Téléphone (au travail) Ind. rég.

Si vous avez déménagé à cette adresse au cours des 12 derniers mois, inscrivez la date du déménagement : Année Mois Jour

Si vous avez déménagé de province ou de territoire, précisez la province ou le territoire où vous résidiez avant le déménagement :

Êtes-vous citoyen canadien? ☐ Oui ☐ Non

Si *oui*, et que vous l'êtes devenu dans les 12 derniers mois, remplissez l'annexe 3 et lisez la remarque ci-dessous.
Si *oui*, et que vous l'êtes devenu il y a plus de 12 mois, lisez la remarque ci-dessous.
Si non, remplissez l'annexe 3 et lisez la remarque ci-dessous.

Remarque : Remplissez et joignez les annexes qui s'appliquent à vous.

- Vous devez remplir les annexes 4 et 6 si, au cours des 2 dernières années, vous êtes devenu résident du Canada suivant votre arrivée ou votre retour au Canada.
- Vous devez remplir les annexes 5 et 6 si vous avez déjà été résident du Canada, que vous aviez quitté le Canada pour résider dans un autre pays, et que, au cours des 2 dernières années, vous êtes revenu au Canada pour y résider.

RC66 F (98) (This form is available in English.) 3734 Canada

- L'utilisation d'écriture de couleur sur fond blanc rend le formulaire difficile à lire (avant), alors qu'une bonne utilisation des couleurs et des contrastes le rend attrayant (après).

  - À ce propos, une étude[16] a montré que le niveau de compréhension diminue radicalement avec l'utilisation des couleurs. Plus des trois quarts des lecteurs interrogés dans le cadre de cette étude ont trouvé que les couleurs à forte intensité (comme le rouge) rendent les lettres difficiles à lire, car les lignes se confondent entre elles, et le lecteur perd sa concentration.

  - La grande majorité des lecteurs interrogés ont indiqué leur préférence pour le noir et blanc.

- De petits caractères surchargent le formulaire et le rendent difficile à lire et à comprendre (avant).

  - À partir de travaux parrainés en 1991 par le Secrétariat à l'alphabétisation, la Direction générale des communications de Revenu Canada[17] recommande l'utilisation d'un caractère minimum de 10 points pour la population en général, et de 12 points pour les populations plus âgées.

  - Pour les personnes qui éprouvent de sérieuses difficultés de lecture, il est même souhaitable d'utiliser un caractère plus gros (14 points).

- Lorsque les mots sont en majuscules, ils apparaissent rectangulaires et plus difficiles à reconnaître (avant). En majuscules et minuscules, ils ont des formes distinctes et plus facilement reconnaissables (après).

---

[16] *For Comprehension, Use Any Color As Long As It's Black*, PR Report, vol. 39. (septembre 1996)

[17] *Le langage clair et simple*, par la Direction générale des communications, Revenu Canada. (février 1997)

7 - Conclusion

En conclusion, les Canadiens peu alphabétisés ont davantage de difficultés que les autres à comprendre les informations transmises par le gouvernement du Canada, nonobstant les efforts déployés à ce jour, et ils sont plus nombreux à penser que ces informations ne répondent pas à leurs besoins. Ils ont des difficultés à repérer, à comprendre et à utiliser les informations transmises. Cette situation influe sur de nombreux aspects de leur vie quotidienne : ils sont plus critiques par rapport aux gouvernements et davantage pessimistes face à leur avenir personnel et celui du pays; ils communiquent moins fréquemment avec les autorités gouvernementales; ils connaissent peu les mesures prises par le gouvernement et ils comptent davantage sur leurs proches pour des explications. De plus, un grand nombre ne sait tout simplement pas sur quoi il pourrait être davantage informé. Cela n'a rien d'étonnant puisqu'ils ignorent l'existence même des services. Il est clair que leurs besoins ne seront pas comblés sans un effort additionnel, de la part du gouvernement du Canada, qui serait axé sur une approche proactive afin, notamment, de briser leur isolement.

Les entrevues menées partout au pays ont donné un éclairage qualitatif nouveau aux problèmes de communication vécus au quotidien par les Canadiens peu alphabétisés. Ils sont favorables et réceptifs aux informations gouvernementales, des informations qui attirent leur attention, lorsqu'elles portent sur des questions qui les touchent au quotidien et qui sont conformes aux faits réels. Ils veulent que l'on s'adresse à eux dans des mots qu'ils connaissent, sans détour, de manière utile et axée sur les résultats. Ils sont non seulement à la recherche d'informations qui correspondent davantage à leur expérience individuelle de vie mais aussi à leur mode de vie. Ils sont de forts utilisateurs de la télévision, particulièrement en soirée, et de bons auditeurs de la radio, le matin. Ils préfèrent un contact direct, en personne ou par téléphone, préférablement avec le même interlocuteur. Ils veulent un point de contact unique, fiable et compréhensif. Ils s'intéressent davantage au courrier qui leur est adressé personnellement et qui pique leur curiosité « *Mais, pourquoi il m'envoie ça?* ».

Force est de constater que le gouvernement n'a pas entièrement réussi à transmettre des informations qui répondent à leurs besoins, de manière compréhensible et adéquate. Ainsi donc, le gouvernement du Canada devra déployer des efforts supplémentaires afin d'adapter ses communications aux besoins particuliers de cet important groupe de citoyens, pour qu'ils puissent bénéficier pleinement des services qui leur sont offerts.

Annexe - A

L'Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes

En matière de statistiques sur l'alphabétisation des adultes au Canada, la source par excellence est sans contredit l'Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes (EIAA)[18] réalisée par Statistique Canada en 1994 et parrainée par le Secrétariat national à l'alphabétisation et la Direction de la recherche appliquée de Développement des ressources humaines Canada. Cette étude a été dirigée par Statistique Canada en collaboration avec l'OCDE, Eurostat et l'UNESCO. Les résultats du volet canadien ont été publiés en septembre 1996.

Le rapport canadien des résultats de l'EIAA présente un portrait statistique détaillé de l'alphabétisme au Canada et contribue également à la compréhension des avantages et des conséquences de l'alphabétisme dans notre société.

Profil sociodémographique

D'entrée de jeu, il est important de mentionner qu'il est impossible de classer de façon exclusive les Canadiens peu alphabétisés. Ce sont autant des hommes que des femmes de tous âges, de toutes conditions sociales provenant de toutes les régions du Canada et de milieux divers.

Cela étant dit, l'EIAA a permis de déterminer quelques tendances sociodémographiques caractéristiques de ce groupe de personnes au Canada. À titre d'exemple, un plus grand nombre de Canadiens ont des capacités de lecture plus élevées dans l'Ouest canadien et plus faibles dans la région de l'Atlantique. De plus, le degré d'alphabétisation a tendance à être plus faible parmi certaines catégories de la population telles que les personnes moins scolarisées, les personnes âgées et les immigrants.

Statistiques générales

Quatre virgule sept millions des Canadiens adultes, soit 22 % de la population adulte du Canada, ont un très faible niveau d'alphabétisation, c'est-à-dire des capacités de lecture de niveau 1[19]. Les personnes incluses dans cette catégorie sont difficiles, parfois même impossibles à rejoindre par le biais de matériel imprimé (journaux, magazines, livres, publicités, brochures, instructions écrites, posologies sur les contenants de médicament, etc.). De plus, ils ont besoin d'intermédiaires pour exécuter différentes opérations et tâches nécessitant l'écriture ou la lecture.

---

[18]Menée dans huit pays, y compris le Canada, l'Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes de 1994 fut la première évaluation internationale et multilingue sur les capacités de lecture des adultes.

[19]Les capacités de lecture de niveaux 1 et 2 correspondent aux plus faibles niveaux d'alphabétisation de cette échelle qui compte cinq (5) niveaux. La classification du niveau d'alphabétisation d'une personne n'est possible que par des tests de mesure exacte visant à évaluer les capacités de lecture de textes suivis, les capacités de lecture de textes schématiques et les capacités de lecture de textes au contenu quantitatif.

Cinq virgule cinq millions des Canadiens adultes, soit 26 % de la population adulte du Canada, ont un faible niveau d'alphabétisation, c'est-à-dire des capacités de lecture de niveau 2. Les personnes incluses dans cette catégorie d'alphabétisation sont de faibles lecteurs, uniquement à l'aise lorsqu'ils sont en présence de textes simplement écrits traitant d'un seul sujet ou d'une seule idée. Plusieurs personnes de cette catégorie ont également besoin d'intermédiaires pour exécuter différentes tâches impliquant l'écriture ou la lecture.

À eux seuls, les Canadiens adultes qui *ne* sont *pas* ou qui sont *très peu* ou *peu* alphabétisés totalisent 10,2 millions de citoyens, soit 48 % de la population adulte du Canada.

Alphabétisme et niveau de scolarité

Il existe un lien étroit entre l'alphabétisme et le niveau de formation académique. Une faible scolarité donne généralement lieu à un faible niveau de capacités de lecture et d'écriture, tel qu'en témoigne le tableau A.1.

La très grande majorité des Canadiens n'ayant aucune étude secondaire se classent au niveau 1 d'alphabétisation. Chez les Canadiens ayant partiellement terminé leurs études secondaires, une forte majorité d'entre eux (61 %) se classent aux niveaux 1 et 2. Quant aux Canadiens détenant un diplôme d'études secondaires, 43 % d'entre eux se classent aux niveaux 1 et 2.

Cela étant dit, « le niveau de scolarité ne fige pas l'alphabétisme pour toujours », pour citer Statistique Canada. En effet, 20 % des Canadiens ont un faible niveau d'alphabétisation, bien qu'ils aient un niveau élevé de scolarité. Parallèlement, 16 % ont un niveau élevé d'alphabétisation, bien qu'ils aient un faible niveau de scolarité.

TABLEAU A.1 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LE NIVEAU DE SCOLARITÉ

	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Niveau de scolarité le plus élevé atteint	**1**	**2**	**1+2**	**3**	**4/5**
Moins d'une 8e année	89	9	98	---	---
Études primaires terminées	59	29	88	12	---
Études secondaires partielles	25	36	61	32	7
Diplôme d'études secondaires	12	31	43	40	18
Diplôme d'études collégiales	7	23	30	45	25
Diplôme universitaire	---	11	11	33	56

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et répartition régionale au Canada

Les capacités de lecture des Canadiens présentent une grande variation qui diffère selon la région du Canada. On retrouve généralement un nombre important d'adultes ayant des capacités de lecture élevées dans les provinces de l'Ouest et un nombre important de personnes dont les capacités de lecture sont faibles dans les provinces de l'Est, tel qu'en témoigne le tableau A.2.

TABLEAU A.2 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LES RÉGIONS ET CERTAINES PROVINCES DU CANADA

	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Régions du Canada	**1**	**2**	**1+2**	**3**	**4/5**
Provinces de l'Atlantique[20]	25	26	51	35	15
Québec	28	26	54	39	8
Ontario	19	28	47	28	25
Provinces de l'Ouest[21]	18	24	42	34	25
CANADA	22	26	48	33	20

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et âge

En général, des proportions plus importantes de Canadiens plus âgés ont de faibles capacités de lecture (voir tableau A.3), et ce particulièrement chez ceux dont la scolarité est inférieure aux études secondaires.

Trente-huit p. 100 des Canadiens âgés entre 56 et 65 ans, et 53 % de ceux âgés de 65 ans et plus ont des capacités de lecture de niveau 1. Comparativement aux autres groupes d'âge, les Canadiens âgés de 56 ans et plus sont moins nombreux à avoir des capacités de lecture de niveaux 4 et 5. Parallèlement, les trois groupes les plus jeunes des citoyens âgés entre 16 et 45 ans présentent une proportion relativement restreinte de répondants au niveau 1 des capacités de lecture, ce qui reflète un niveau de scolarité généralement élevé.

[20]Comprend l'Île-du-Prince-Édouard, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et Terre-Neuve

[21]Comprend la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewa et le Manitoba.

TABLEAU A.3 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON L'ÂGE					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Groupe d'âge	**1**	**2**	**1+2**	**3**	**4/5**
16 à 25 ans	11	26	37	44	20
26 à 35 ans	12	29	41	33	26
36 à 45 ans	13	19	32	37	31
46 à 55 ans	21	30	51	31	18
56 à 65 ans	38	26	64	28	8
Plus de 65 ans	53	27	80	19	---

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et langue maternelle

Les Canadiens dont la langue maternelle est le français sont plus nombreux que les anglophones à être moins alphabétisés (voir tableau A.4). En effet, 54 % de tous les francophones au Canada ont de faibles capacités de lecture. Ce pourcentage est de 52 % chez les francophones au Québec et 63 % chez les francophones hors du Québec.

TABLEAU A.4 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LA LANGUE MATERNELLE					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Langue maternelle	**1**	**2**	**1+2**	**3**	**4/5**
Anglais	19	26	45	31	24
Français	28	26	54	38	9
• **Au Québec**	27	25	52	39	9
• **Hors du Québec**	33	30	63	25	---

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et immigration

Les immigrants sont plus nombreux que les Canadiens de naissance à être moins alphabétisés. Cinqante-neuf p. 100 des Canadiens immigrants ont des capacités de lecture de niveaux 1 et 2, contrairement à 45 % chez les Canadiens de naissance (voir tableau A.5). De tous les pays ayant participé à l'enquête internationale, le Canada est celui qui présente la plus forte proportion d'immigrants aux niveaux 4 et 5. Selon Statistique Canada, ce phénomène témoigne de la politique de sélection des immigrants qualifiés que suit traditionnellement le gouvernement canadien. Cela étant dit, soulignons qu'un grand nombre des immigrants se classent au niveau 1, ce qui reflète également, selon Statistique Canada, que le Canada a accueilli de forts contingents d'immigrants pour des raisons d'ordre humanitaire.

TABLEAU A.5 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON LE STATUT D'IMMIGRANT

	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Né au Canada	**1**	**2**	**1+2**	**3**	**4/5**
OUI	18	27	45	37	19
NON	36	23	59	19	22

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue 89-551-XPF, 1996.

Alphabétisme et emploi

Pour la plupart des Canadiens adultes, la lecture se fait principalement au travail; en cela, le Canada ne diffère pas d'autres pays. Les personnes sans emploi sont donc moins susceptibles de lire que les personnes occupées ou aux études. Ce manque de pratique de la lecture constitue un problème important pour de nombreuses personnes sans emploi. Une personne sans emploi au Canada est à peu près trois fois plus susceptible de se retrouver au niveau 1 d'alphabétisation qu'une personne qui travaille, comme le démontre le tableau A.6.

TABLEAU A.6 : RÉPARTITION DES CAPACITÉS DE LECTURE SELON L'OCCUPATION					
	% des Canadiens adultes ayant des capacités de lecture de niveau...				
Occupation	**1**	**2**	**1+2**	**3**	**4/5**
Travailleurs	12	25	37	37	26
Chômeurs	33	23	56	36	9
Étudiants	12	23	35	40	26
Retraités	49	28	77	19	5
Personnes au foyer	27	28	55	28	18
Autres, inactifs	43	35	78	19	---

Source : Statistique Canada, EIAA, Catalogue 89-551-XPF, 1996.

Annexe - B

Liste des graphiques

1 - L'alphabétisme au Canada 2
2 - Alphabétisme et niveau de scolarité 4
3 - Échelle des priorités (questions fermées) 8
4 - Connaissance des mesures prises par le gouvernement du Canada 10
5 - Fréquence des contacts avec le gouvernement du Canada 12
6 - Véhicules de communication 20

Liste des tableaux

1 - Les priorités gouvernementales 7
2 - Attentes en matière d'information 9
3 - Points de contact avec le gouvernement du Canada 11
4 - Liste des personnes ayant communiqué à la place des Canadiens peu scolarisés 14
5 - Pertinence de l'information gouvernementale 15
6 - Adéquation de l'information gouvernementale 16
7 - Compréhension de l'information gouvernementale 17
8 - Fiabilité de l'information gouvernementale 18
9 - Reconnaissance de l'information gouvernementale 19
10 - Principales sources d'information par région 21
11 - Principales sources d'information par niveau de revenu annuel du ménage 22
12 - Préférences en ce qui a trait aux véhicules de communication 23
13 - Nombre d'heures d'écoute quotidienne de la télévision 25
14 - Nombre d'heures d'écoute quotidienne du réseau communautaire 26
15 - Nombre d'heures par jour consacrées à la lecture des journaux et des magazines 27
16 - Nombre d'heures d'écoute quotidienne de la radio 28
17 - Avant / Après 32-33

A.1 Répartition des capacités de lecture selon le niveau de scolarité 37
A.2 Répartition des capacités de lecture selon les régions et certaines provinces du Canada 38
A.3 Répartition des capacités de lecture selon l'âge 39
A.4 Répartition des capacités de lecture selon la langue maternelle 39
A.5 Répartition des capacités de lecture selon le statut d'immigrant 40
A.6 Répartition des capacités de lecture selon l'occupation 41